

ABSTRAK

Natasha Gracia Sutanto (01011170059)

PERAN PENGALAMAN PELANGGAN DALAM MODEL PREFERENSI MEREK DAN NIAT PEMBELIAN KEMBALI: STUDI KASUS INDONESIA

(xvi + 140 halaman; 4 gambar; 35 tabel; 5 lampiran)

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara peran pengalaman pelanggan dalam model preferensi merek dan niat pembelian kembali di Indonesia. Pendekatan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan *electronic questionnaires* dengan Google form. Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat yang bertempat tinggal di Indonesia. Model pengukuran *outer* dan *inner model* pada penelitian ini dianalisa menggunakan SmartPLS 3.3.2. Penelitian *outer model* meliputi uji validitas dan reabilitas, sedangkan pada *inner model* dilakukan dengan melakukan pengujian terhadap R^2 , t-statistik, dan juga P-value. Kemudian dilakukan juga Structural Equation Modelling untuk menguji hubungan antara konstruk dalam kerangka teori penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan memberikan pengaruh positif terhadap preferensi merek dan niat pembelian kembali dengan menggunakan laptop sebagai objek dari penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas kontribusi dari penelitian sebelumnya terhadap literatur yang ada.

Keywords: Pengalaman Pelanggan; Preferensi Merek; Niat Pembelian Kembali

Referensi: 133 (1993-2020)